

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN (PRODUK, HARGA,
PROMOSI DAN LOKASI) TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN UD LANGGENG PASURUAN**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Mencapai Derajat

Sarjana Ekonomi



Oleh :

**MUHAMMAD KAMAL MUSTHOFA
(201510160311332)**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG
2020**

SKRIPSI
PENGARUH BAURAN PEMASARAN
(PRODUK, HARGA, PROMOSI DAN LOKASI)
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN UD LANGGENG PASURUAN

Oleh :

Muhammad Kamal Musthofa

201510160311332

Diterima dan disetujui
pada tanggal 26 September 2020

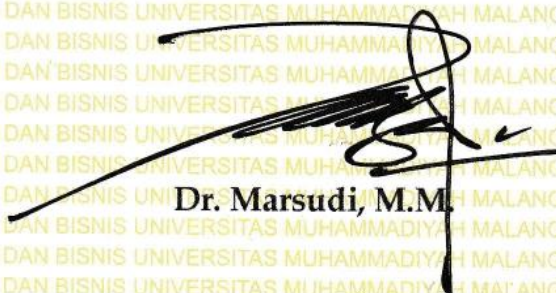
Pembimbing I,

Pembimbing II,


Dra. Sri Nastiti Andharini, M.M.


Fika Fitriarsari, S.E., M.M.


Dr. Idan Zuhroh, M.M.


Dr. Marsudi, M.M.



LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH Bauran Pemasaran (PRODUK, HARGA, PROMOSI DAN LOKASI) TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN UD LANGGENG PASURUAN

Yang disiapkan dan disusun oleh :

Nama : Muhammad Kamal Musthofa

NIM : 201510160311332

Jurusan : Manajemen

Telah dipertahankan di depan penguji pada tanggal 26 September 2020 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Universitas Muhammadiyah Malang.

Susunan Tim Penguji:

Penguji I : Dr. Marsudi, M.M.

Penguji II : Dra. Dewi Nurjanah, M.M.

Penguji III : Fika Fitriyanti, S.E., M.M.

Penguji IV : Dra. Sri Nastiti Andharini, M.M.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Ketua Jurusan,



Dr. Idah Zuhroh, M.M.

Dr. Marsudi, M.M.

PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya :

Nama : Muhammad Kamal Musthofa

NIM : 201510160311332

Program Studi : Manajemen

Surel : Muzthafakamal@gmail.com

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Skripsi ini adalah asli dan benar – benar hasil karya sendiri, baik sebagian maupun keseluruhan, bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan merupakan penjiplakan (plagiarism) dari hasil karya orang lain.
2. Karya dan pendapat orang lain yang dijadikan sebagai bahan rujukan (referensi) dalam skripsi ini, secara tertulis dan secara jelas dicantumkan sebagai bahan / sumber acuan dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan di daftar pustaka sesuai dengan ketentuan penulisan ilmiah yang berlaku.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila kemudian hari terdapat penyimpangan dan atau ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademis dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Malang, 16 November 2020

Yang membuat pernyataan,



Muhammad Kamal Musthofa

***THE EFFECT OF MARKETING MIX (PRODUCT, PRICE,
PROMOTION AND PLACE) ON CUSTOMER LOYALTY IN
UD LANGGENG PASURUAN***

Muhammad Kamal Musthafa

Departement of Management

Faculty of Economy and Business

University of Muhammadiyah Malang

Jl. Raya Tlogomas No. 246 Malang, East Java

Email : Muzthafakamal@gmail.com

Abstract

This study aims to determine the effect of marketing mix on customer at UD. Langgeng Pasuruan. The variables of the marketing mix are product, price, promotion and location. This study obtained data through the distribution of questionnaires with a sample of 102 respondents and using a Likert scale measurement technique and a validity and reliability test was performed. The analytical method used by this research is multiple linear analysis, partial hypothesis testing (t test) and simultaneous hypothesis testing (f test). Based on the results of the validity and reliability test, the data used in this study are said to be valid and reliable. Based on the results of an analysis of the influence of the marketing mix (product, price, promotion and location) with customer loyalty at UD. Langgeng Pasuruan, Marketing mix applied by UD. Langgeng Pasuruan has the potential to affect the customer loyalty in UD. Langgeng Pasuruan. It can be said that more better of marketing mix strategy (product, price, promotion and place) that are implemented by UD Langgeng will create customer loyalty.

Keywords : *Marketing Mix, Product, Price, Promotion, Location and Customer Loyalty*

PENGARUH BAURAN PEMASARAN (PRODUK, HARGA, PROMOSI DAN LOKASI) TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA UD LANGGENG PASURUAN

Muhammad Kamal Musthafa

Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Malang

Jl. Raya Tlogomas No. 246 Malang, Jawa Timur

Email : Muzthafakamal@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran terhadap loyalitas pelanggan dengan objek penelitian UD. Langgeng Pasuruan. Variabel – variabel dari bauran pemasaran yaitu produk, harga, promosi dan lokasi. Penelitian ini memperoleh data melalui penyebaran kuisioner dengan jumlah sampel 102 responden dan menggunakan teknik pengukuran skala likert serta dilakukan uji validitas dan realibilitas. Metode analisis yang digunakan oleh penelitian ini adalah analisis linier berganda, uji hipotesis secara parsial (uji t) dan uji hipotesis secara simultan (uji f). Berdasarkan hasil uji validitas dan realibilitas, data yang digunakan penelitian ini dikatakan valid dan reliabel. Berdasarkan hasil analisis mengenai pengaruh antara bauran pemasaran (produk, harga, promosi dan lokasi) dengan loyalitas pelanggan pada UD. Langgeng Pasuruan, bauran pemasaran yang diterapkan oleh UD. Langgeng Pasuruan berpotensi mempengaruhi terhadap loyalitas pelanggan UD. Langgeng Pasuruan. Hal ini dapat dikatakan bahwa semakin baik strategi bauran pemasaran (produk, harga, promosi dan tempat) yang diterapkan oleh UD Langgeng maka, akan tercipta loyalitas pelanggan.

Kata kunci : Bauran Pemasaran, Produk, Harga, Promosi, Lokasi dan Loyalitas Pelanggan

KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmannirrohim

Puji syukur yang teramat dalam saya haturkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, atas anugrah, taufiq dan hidayah-Nya sehingga tugas akhir skripsi ini dengan judul “Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Loyalitas Pelanggan pada UD. Langgeng Pasuruan” ini dapat terselesaikan pada waktu yang tepat.

Diiringi do’a dan sholawat semoga senantiasa melimpah ke baginda kita Muhammad SAW, Rosul di akhir zaman, penutup para Nabi yang membawa kesempurnaan ajaran tauhid dan keutamaan budi pekerti. Dan semoga tumpahan do’a sholawat menetes kepada segenap keluarga dan sahabatnya, para syuhada’, para mushonifin, para ulama’, dan seluruh umatnya yang dengan tulus ikhlas mencintai dan menjunjung sunnahnya.

Selama proses penyusunan skripsi ini, banyak pihak yang telah memberikan bantuan dan dukungan kepada saya. Sebagai ungkapan syukur, dalam kesempatan ini saya ingin mengucapkan terimakasih kepada :

1. Rektor Universitas Muhammadiyah, Drs. Fauzan, M.Pd yang telah memberikan fasilitas kepada saya untuk dapat menyelesaikan kuliah di kampus kebanggaan saya ini.
2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang, Dr. Idah Zuhroh, M.M yang telah memberikan kemudahan dalam menyusun tugas akhir skripsi ini.
3. Dra. Fien Zulkarijah, M.M. selaku Dosen Wali Manajemen F yang telah memberikan dukungan untuk menyelesaikan studi ini.

4. Dra. Sri Nastiti Andharini, MM dan Fika Fitrasari, SE., MM yang telah membimbing saya dengan sabar dan ikhlas.
5. Terimakasih juga kepada kedua orang tua saya yang telah mendukung penuh saya serta memberikan semangat sejak awal perkuliahan sampai semester akhir menjelang selesai kuliah.
6. Ucapan terimakasih kepada teman – teman dan rekan -rekan kuliah saya Galih, Purnomo, Hasta, yang telah menemani saya mengerjakan tugas perkuliahan maupun tugas akhir skripsi ini.
7. Terimakasih juga kepada teman – teman dan rekan – rekan kuliah saya kelas manajemen F yang telah berjuang bersama saya dari sejak awal perkuliahan sampai akhir semester.

Kepada mereka semua, hanya ungkapan terimakasih dan do'a tulus yang dapat saya persembahkan, semoga segala yang telah mereka berikan kepada saya, tercatat dengan tinta emas dalam lembaran catatan Roqib sebagai sebuah ibadah yang tiada ternilai. Amin. Akhirnya, dengan segala keterbatasan dan kekurangannya, saya persembahkan karya tulis ini kepada siapapun yang membutuhkannya. Kritik konstruktif dan saran dari semua pihak sangat saya harapkan untuk penyempurnaan karya-karya saya selanjutnya. Terimakasih.

Billahitaufiq Wal Hidayah.

Malang, 30 September 2020

Penulis,

M. Kamal Musthafa

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR LAMPIRAN.....	ix
DAFTAR PUSTAKA	x
BAB I. PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Tujuan.....	8
D. Manfaat.....	9
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	
A. Penelitian Terdahulu.....	10
B. Landasan Teori	11
C. Kerangka Pikir.....	31
D. Hipotesis	32
BAB III. METODE PENELITIAN	
A. Lokasi Penelitian	35
B. Jenis Penelitian	35
C. Populasi dan Sampel.....	35
D. Variabel dan Definisi Operasional Variabel.....	37
E. Jenis dan Sumber Data.....	39
F. Teknik Pengumpulan Data	39
G. Teknik Skala Pengukuran.....	39
H. Pengujian Instrumen	40
I. Teknik Analisis Data	42
J. Uji Hipotesis	45
BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Perusahaan	48
B. Karakteristik Responden.....	49
C. Hasil Pengujian Instrumen.....	52
D. Hasil Analisis Data	54

E. Hasil Uji Hipotesis.....	61
F. Pembahasan Hasil Penelitian.....	64
 BAB V. PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	69
B. Saran	70
C. Keterbatasan Penelitian	71
 LAMPIRAN.....	 72



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Jurnal Referensi.....	10
Gambar 2.2 Kerangka Pikir.....	31

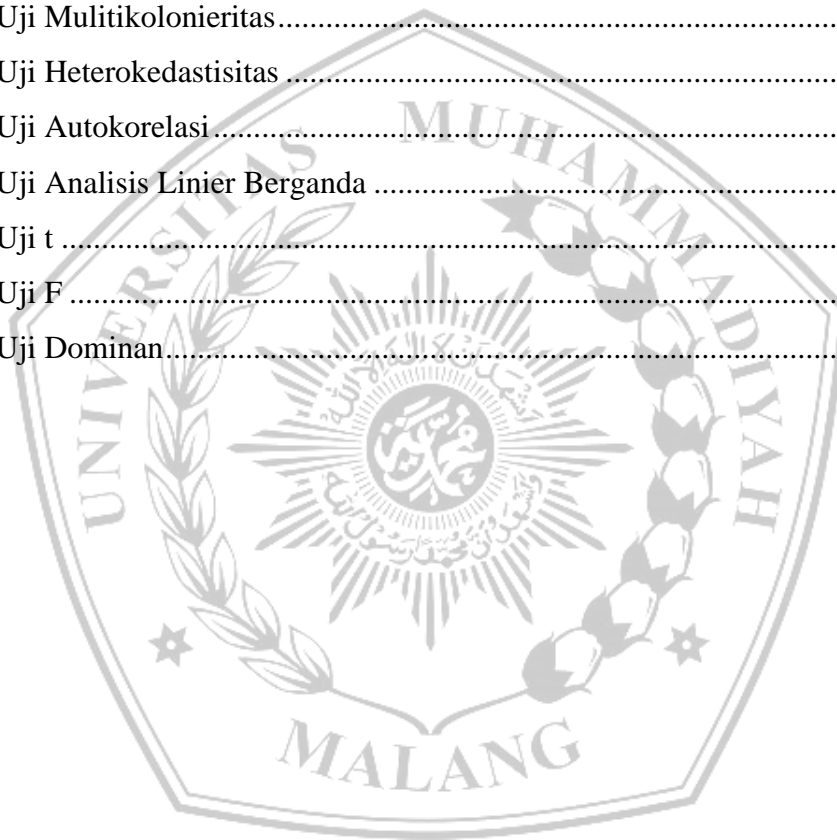


DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel	38
Tabel 3.2 Skala Likert	40
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	49
Tabel 4.2 Usia Responden.....	50
Tabel 4.3 Pekerjaan Responden	50
Tabel 4.4 Pembelian Responden	51
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas.....	53
Tabel 4.6 Hasil Uji Realibilitas.....	54
Tabel 4.7 Hasil Uji Normalitas	55
Tabel 4.8 Hasil Uji Multikolinieritas	56
Tabel 4.9 Hasil Uji Heterokedastisitas.....	57
Tabel 4.10 Hasil Uji Autokorelasi	58
Tabel 4.11 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	59
Tabel 4.12 Hasil Uji t.....	61
Tabel 4.13 Hasil Uji F.....	63
Tabel 4.14 Hasil Uji Dominan	64

DAFTAR LAMPIRAN

1. Kuisioner	74
2. Karakteristik Responden	77
3. Tabel Hasil Kuisioner	79
4. Ringkasan Hasil Kuisioner	87
5. Uji Validitas	89
6. Uji Reliabilitas	92
7. Uji Normalitas	92
8. Uji Multikolonieritas	93
9. Uji Heterokedastisitas	93
10. Uji Autokorelasi	93
11. Uji Analisis Linier Berganda	93
12. Uji t	94
13. Uji F	94
14. Uji Dominan	94



DAFTAR PUSTAKA

- Afriani, Ria ,dkk. 2017. *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Konsumen Minimarket di Bandung*. Jurnal Pemikiran dan Penelitian Administrasi Bisnis.
- Ahmad, Subagio, 2010. *Marketing In Business*,edisi pertama, Jakarta, Mitra Wacana Media.
- Alma, Buchari. 2013. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung : Alfabeta
- Basu Swastha, Hani Handoko. 2011. *Manajemen Pemasaran-Analisis perilaku Konsumen*. Yogyakarta : BPFE
- Berman dan Evans, 2010. *Retailing Management*. Edisi 12. Jakarta ; Pearson
- Dharmesta, Basu Swastha. 2012. *Manajemen Pemasaran. Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta : BPEE UGM
- Ferdinand, Augusti. 2014. *Metode Penelitian Manajemen*, BP Universitas Diponegoro. Semarang
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro : Semarang
- Haizer, Jay and Render Barry. 2015. *Manajemen Operasi : Manajemen Keberlangsungan Rantai Pasokan*. Edisi 11, Salemba Empat, Jakarta.
- Hurriyati, Ratih. 2010. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, Bandung ; ALFABETA.
- Kasmir dan Jakfar. 2012. *Studi Kelayakan Bisnis*. Cetakan ke delapan. Jakarta : Kencana
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2018. *Principles of Marketing*. Edisi 15 Global Edition Pearson

- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, 2016. *Marketing Management*. Edisi 15, Pearson Education, Inc
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2012. *Marketing Management* 13. New Jersey : Pearson Prentice Hall, Inc,
- Kotler. Philip dan Gary Amstrong. 2012. *Prinsip – Prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta : Erlangga
- Kuncoro, Mudrajad. 2013. *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*, Edisi 4. Jakarta : Erlangga
- Lolyka, Dewi. 2017. *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Pelanggan Indomaret di Bandar Kediri*. Universitas Kadiri. Kediri.
- Lupiyoadi, Rambat & Hamdani, A. 2008. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi 2. Salemba Empat.
- Oliver, Richard L. 2010. *Whence Customer Loyalty*. Journal of Marketing, Vol. 63
- Rahmayanty, Nina. 2010 . *Manajemen Pelayanan Prima*. Cetakan Pertama, Graha Ilmu, Yogyakarta
- Rangkuti, Freddy, *Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Analisis kasus*, Jakarta: PT. Gramedia, 2003.
- Stanton, William J. 2012. *Prinsip Pemasaran*, alih bahasa : Yohanes Lamarto, Penerbit Erlangga, Jakarta
- Sugiono. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung : Alfabeta

Suhendro, Dedi. 2017. *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Pelanggan Indomaret dan Alfamart di Pematangsiantar*. Universitas Sumatera.

Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Andi Offset, Yogyakarta.

Widoretno. 2014. *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Pelanggan Giant Supermarket di Pekanbaru*. Jurnal Tepak Manajemen Bisnis.

Wijayanto, Bebet, dkk. 2013. *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Pelanggan Supermarket Sri Ratu di Peterongan*. Universitas Diponegoro.



PENGARUH BAURAN PEMASARAN (PRODUK, HARGA, PROMOSI DAN LOKASI) TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA UD. LANGGENG PASURUAN

ORIGINALITY REPORT

19%

SIMILARITY INDEX

19%

INTERNET SOURCES

13%

PUBLICATIONS

20%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

core.ac.uk

Internet Source

2%

2

eprints.uny.ac.id

Internet Source

2%

3

Submitted to Universitas Muria Kudus

Student Paper

2%

4

docplayer.info

Internet Source

2%

5

repository.iainpurwokerto.ac.id

Internet Source

1%

6

repository.uinjkt.ac.id

Internet Source

1%

7

text-id.123dok.com

Internet Source

1%

8

Submitted to Universitas Diponegoro

Student Paper

1%

9	eprints.perbanas.ac.id Internet Source	1%
10	iisn90583.blogspot.com Internet Source	1%
11	Submitted to Binus University International Student Paper	1%
12	Submitted to Udayana University Student Paper	1%
13	repository.radenintan.ac.id Internet Source	1%
14	repository.unpas.ac.id Internet Source	1%
15	library.um.ac.id Internet Source	1%
16	jurnalmahasiswa.unesa.ac.id Internet Source	1%
17	digilib.uinsgd.ac.id Internet Source	1%
18	repositori.umsu.ac.id Internet Source	1%
19	publikasi.mercubuana.ac.id Internet Source	1%
20	gcafeb.binadarma.ac.id Internet Source	

21

id.123dok.com
Internet Source

Exclude quotes On

Exclude bibliography On

Exclude matches < 1%

Tanda Terima Cek Plagiasi

KODE 92
A

Tanggal: 05/08/2020

Nama : Muhammad Kamal Musthafa
NIM : 201510160311332
Jurusan : MANAJEMEN

Naskah Publikasi : Lulus
Terjemahan Abstrak : Selesai


Lembaga Informasi dan Publikasi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang
Rega Nur Fitria Sari